

PELAKSANAAN TRANSPARANSI INFORMASI PRODUK

BANCASSURANCE

(Studi Pasal 4 Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/6/PBI/2005 Tentang

Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi

Nasabah di *BNI Life Insurance* Jakarta)

JURNAL ILMIAH

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat Memperoleh

Gelar Kesarjanaan Dalam Ilmu Hukum

Oleh:

ANISA RETNO KUSUMADEWI

NIM. 105010100111066



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

FAKULTAS HUKUM

MALANG

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Jurnal : **PELAKSANAAN TRANSPARANSI
INFORMASI PRODUK *BANCASSURANCE***
(Studi Pasal 4 Peraturan Bank Indonesia Nomor
7/6/PBI/2005 Tentang Transparansi Informasi
Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi
Nasabah di *BNI Life Insurance* Jakarta)

Identitas Penulis :

a. Nama : **Anisa Retno Kusumadewi**

b. NIM : **105010100111066**

Konsentrasi : **Hukum Ekonomi dan Bisnis**

Jangka Waktu Penelitian : **5 Bulan**

Disetujui pada tanggal : **14 Januari 2014**

Pembimbing Utama,



Dr. Sihabudin, S.H., M.H.

NIP. 195912161985031001

Pembimbing Pendamping,



Siti Hamidah, S.H., M.M.

NIP. 196606221990022001

Ketua Bagian Hukum Perdata



Siti Hamidah, S.H., M.M.

NIP. 196606221990022001

HALAMAN PENGESAHAN

**PELAKSANAAN TRANSPARANSI INFORMASI PRODUK
BANCASSURANCE (Studi Pasal 4 Peraturan Bank Indonesia Nomor
7/6/PBI/2005 Tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan
Data Pribadi Nasabah di BNI Life Insurance Jakarta)**

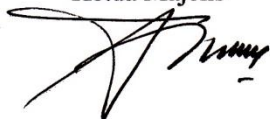
Oleh :

ANISA RETNO KUSUMADEWI

105010100111066

Skripsi ini telah disahkan oleh Majelis Penguji pada tanggal: **06 MAR 2014**

Ketua Majelis



Dr. Sihabudin, S.H., M.H.
NIP : 19591216 198503 1 001

Anggota



Siti Hamidah, S.H., M.M.
NIP : 19660622 199002 2 001

Anggota



Warkum Sumitro, S.H., M.H.
NIP : 19560222 198403 1 002

Anggota



Djumikasih, S.H., M.H.
NIP : 19721130 199802 2 001

Anggota



Yenny Eta Widyanti, S.H., M.H.
NIP. 19790603 200812 2 002

Ketua Bagian Hukum Perdata



Siti Hamidah, S.H., M.M.
NIP : 19660622 199002 2 001

Mengetahui,

~~Dekan Fakultas Hukum~~



Dr. Sihabudin, S.H., M.H.
NIP : 19591216 198503 1 001

PELAKSANAAN TRANSPARANSI INFORMASI PRODUK

BANCASSURANCE

ABSTRAK

Transparansi dalam penyampaian informasi produk *bancassurance* kepada nasabah mencegah terjadinya kesalahpahaman yang mengakibatkan resiko hukum. Peraturan Bank Indonesia No 7/6/PBI/2005 mengatur mengenai penyampaian informasi secara transparan yang harus dilakukan pihak tenaga pemasar produk kepada nasabah. Pada praktik yang terdapat di lapangan, hal itu tidak selalu disampaikan kepada nasabah. Permasalahan dalam skripsi ini Bagaimana pelaksanaan transparansi informasi produk *bancassurance* sesuai pasal 4 PBI No. 7/6/PBI/2005 tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah di BNI Life dan Apa faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan transparansi informasi pada produk *bancassurance* di BNI Life. Kesimpulan: pertama, transparansi penyampaian informasi di BNI Life belum sepenuhnya sesuai dengan PBI No 7/6/PBI/2005. Informasi yang belum disampaikan secara transparan adalah manfaat dan risiko dari produk *bancassurance* di BNI Life. Kedua, faktor penghambat pelaksanaan adalah kurangnya ketersediaan informasi secara tertulis oleh BNI Life, pemahaman informasi yang diterima nasabah, adanya unsur penipuan dalam pengisian data SPA (Surat Permintaan Asuransi) dan pelanggaran atas prinsip *utmost good faith*. Faktor pendukung pelaksanaan *bancassurance* di BNI Life Insurance diantaranya agen asuransi yang cermat dalam menjual produk dan melayani kebutuhan nasabah, sistem distribusi, strategi memanfaatkan nama baik perusahaan, dan memberikan keuntungan bagi banyak pihak khususnya nasabah, bank dan perusahaan asuransi.

Kata Kunci: Transparansi Informasi, *Bancassurance*.

IMPLEMENTATION OF THE TRANSPARENCY INFORMATION OF BANCASSURANCE PRODUCTS.

ABSTRACT

Transparency in information transmission products bancassurance to customers prevent misconception resulting in risk law. Bank indonesia regulation no.7 / 6 / pbi / 2005 regulating the information transmission transparently to do the exertion of marketers products to customers. In practice, it is not always communicated to the customer. This problem is: how the implementation of the transparency of bancassurance products information in accordance with article 4 PBI No. 7/3/PBI/2005 regarding the transparency of the information products of the bank and personal clients data in BNI Life and what factors supporting and restricting the exercise of transparency information of bancassurance products in BNI Life. Conclusions: first, the transparency of the presentation of information on BNI Life not fully fit with PBI No. 9/6/PBI/2005. The information has not been communicated transparently are the benefits and risks of products in BNI Life bancassurance. Second, the factors restricting implementation is the lack of availability of information in writing by BNI Life, understanding customer information received, any element of fraud in the charging data SPA (Paperwork) and infringement of the principle of utmost good faith. Factors supporting the implementation of bancassurance in BNI Life Insurance including insurance agent who meticulously in selling products and serve the needs of customers, distribution system, the strategy utilizes the company's good name, and provide benefits for many people, especially clients, banks and insurance companies.

Keywords: transparency information, bancassurance.

I. PENDAHULUAN

Bancassurance merupakan kerjasama keagenan antara bank dengan perusahaan asuransi. Di Indonesia produk ini murni merupakan produk perusahaan asuransi yang ditawarkan atau dijual melalui jalur distribusi (*distribution channel*). Dari pengertian tersebut, terlihat bahwa hubungan hukum yang terbangun antara pihak perusahaan asuransi dengan pihak bank lebih pada hubungan keagenan dimana pihak bank bertindak sebagai agen (*sales representative*) yang menjual produk-produk asuransi mitra berkontraknya, di wilayah aktivitasnya sebagai bank.¹

Pada Bank tertentu yang menjual produk *bancassurance* biasanya nasabah bank yang kemudian direkrut juga menjadi nasabah asuransi yang mempunyai kerjasama tertentu pada umumnya tidak mengerti dan mengetahui bahwa produk tersebut jika terjadi risiko maka bank tidak ikut bertanggung jawab terhadap pemegang polis asuransi tersebut meskipun pada mulanya yang menjual asuransi adalah orang yang berada dalam Bank tersebut pada umumnya petugas bank bisa saja bertindak juga sebagai petugas asuransi yang memilih sendiri *outlet* investasi dari isian formulir yang disediakan meskipun calon nasabahnya menandatangani formulir yang disediakan tetapi pada umumnya tidak begitu memahami isi formulir tersebut dan menyerahkan urusan itu kepada petugas Bank yang merangkap petugas asuransi di bank tersebut. Untuk menghindari kerugian dikemudian hari maka nasabah Asuransi yang dijual dalam kantor bank haruslah mendapat penjelasan yang memadai akan risiko yang mungkin timbul jika Asuransi tersebut mengalami kerugian atau menarik diri dari Indonesia bahwa Produk Asuransi yang dijual Bank tersebut tidak digaransi oleh Bank yang bersangkutan.

Permasalahan antara nasabah dengan bank seringkali diawali karena ketidakseimbangan informasi atas produk bank yang ditransaksikan. Dalam hal ini, nasabah cenderung pada posisi yang lemah, dengan kata lain bank lebih menguasai informasi atas produk yang dikeluarkannya. Sebagian besar nasabah

¹ Ricardo Simanjuntak, 2004, **Tinjauan Hukum Bancassurance di Indonesia** (*online*), <http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol9446/tinjauan-hukum-ibancassurance-di> diakses 10 September 2013.

hanya memperoleh informasi mengenai manfaat dari suatu produk, padahal informasi yang ideal seharusnya juga memuat secara transparan mengenai risiko atas produk tersebut. Informasi yang bersifat parsial dari bank tentu berpotensi merugikan nasabah.

Contohnya, jika terjadi keterlambatan pembayaran klaim asuransi yang sebenarnya secara hukum telah jatuh tempo dan dapat ditagih oleh pihak penanggung, secara langsung ataupun tidak langsung akan menimbulkan kerepotan tersendiri bagi pihak bank. Sebagai pihak yang juga mempertaruhkan reputasi banknya ketika menawarkan produk asuransi tersebut kepada para nasabahnya, ketidakmampuan atau tindakan ingkar janji dari perusahaan asuransi untuk melunasi klaim asuransi akan menimbulkan citra buruk tidak saja pada perusahaan asuransi, tetapi juga akan berimbas pada reputasi bank tersebut.

Konsekuensinya, peristiwa ini tidak saja akan menimbulkan persoalan hukum antara tertanggung dengan perusahaan asuransi yang tidak mampu melunasi pembayaran klaim tersebut, akan tetapi juga berpotensi menimbulkan persoalan hukum antara bank dengan perusahaan asuransi terhadap kerugian yang dialami oleh bank atas hilang atau menurunnya kepercayaan dari tertanggung yang dikecewakan. Bila alasan tidak dibayarnya klaim asuransi disebabkan perusahaan asuransi dapat membuktikan bahwa tertanggung telah melanggar azas *the utmost good faith*, misalnya dengan menyembunyikan penyakit yang sebenarnya ketika polis asuransi ditandatangani. Alasan lain misalnya calon tertanggung sebenarnya tidak mempunyai *insurable interest* kepada obyek yang akan diasuransikannya. Padahal, kesalahan tersebut terjadi karena bank tersebutlah yang justru tidak melakukan pengecekan keadaan dari tertanggung sebelum perjanjian asuransi ditandatangani, maka hal ini akan pula dapat menimbulkan persoalan tersendiri antara Perusahaan asuransi dan bank, selain dari perusahaan asuransi dan tertanggung.

Berdasarkan pertimbangan bahwa transparansi informasi mengenai berbagai produk yang ada di perusahaan asuransi yang mempunyai *bancassurance* sangat diperlukan, maka perlu adanya kejelasan bahwa perusahaan asuransi ini yang sebenarnya berjalan masing-masing dalam kegiatannya dengan perbankan harus mengikuti ketentuan transparansi sesuai dengan PBI untuk perbankan atau

tidak. Transparansi merupakan bagian dari *good governance* serta pentingnya memberikan kejelasan mengenai risiko dan manfaat yang melekat pada produk bank, Bank Indonesia menerbitkan PBI No. 7/6/PBI/2005 tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah. Adapun transparansi yang dilakukan oleh Bank harus sebagaimana pasal 4 yang tertulis dalam PBI No. 7/6/PBI/2005:

- (1) Bank wajib menyediakan informasi tertulis dalam bahasa Indonesia secara lengkap dan jelas mengenai karakteristik setiap Produk Bank.
- (2) Informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib disampaikan kepada Nasabah secara tertulis dan atau lisan.
- (3) Dalam memberikan informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), Bank dilarang memberikan informasi yang menyesatkan (*mislead*) dan atau tidak etis (*misconduct*)

Informasi yang harus sampai pada nasabah diantaranya mengenai jenis produk dari *bancassurance* meliputi karakteristiknya, manfaat dan risiko sebagai nasabah *bancassurance* di perusahaan asuransi tersebut, dan teknis yang harus dilakukan apabila terjadi suatu perubahan dalam kegiatan *bancassurance* di perusahaan asuransi itu. Perlu disampaikan kepada nasabah secara jelas tentang berbagai permasalahan *bancassurance* yang ditawarkan sampai pada masalah bila terjadi pemutusan kerjasama antara bank dan asuransi yang menjual *bancassurance* sehingga nasabah tidak dirugikan setelah mengambil keputusan membeli produk *bancassurance* yang ditawarkan.

II. PERMASALAHAN

Dari latar belakang tersebut permasalahan dalam artikel ini adalah:

1. Bagaimana pelaksanaan transparansi informasi produk *bancassurance* sesuai pasal 4 PBI No. 7/6/PBI/2005 tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah di BNI Life?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan transparansi informasi pada produk *bancassurance* di BNI Life?

III. METODE PENELITIAN

Penelitian tentang pelaksanaan transparansi informasi produk *bancassurance* merupakan penelitian empiris yang menggunakan pendekatan yuridis sosiologis, karena mengkaji berbagai kenyataan mengenai pelaksanaan

transparansi informasi produk bancassurance yang terjadi di BNI *Life Insurance* Jakarta .

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah penjelasan dan pengalaman dari Pegawai BNI *Life Insurance* tentang pelaksanaan transparansi terhadap produk *bancassurance* yang sesuai dengan pasal 4 PBI Nomor 7/6/PBI/2005 dan pengalaman nasabah BNI *Life Insurance* yang mengikuti program *bancassurance*. Sedangkan data sekundernya adalah peraturan bank Indonesia, perjanjian keagenan PT BNI *Life Insurance*, dan SPAJ. Untuk mendapatkan data primer, wawancara bebas dengan menggunakan pedoman wawancara dan data sekunder diperoleh dari narasumber tersebut.

Hasil wawancara dan studi dokumen diuraikan dan dihubungkan secara sistematis sehingga dapat dikaji dalam menjawab permasalahan dalam artikel ini tentang pelaksanaan transparansi informasi produk *bancassurance* di BNI *Life Insurance* Jakarta. Deskriptif kualitatif digunakan untuk mengkaji data primer hasil wawancara bebas. Kata-kata kunci penting dari hasil wawancara tersebut antara lain: transparansi informasi, *bancassurance*, digunakan untuk mendeskripsikan dan mengkaji pelaksanaan transparansi informasi produk *bancassurance*. Sedangkan studi dokumen terhadap data sekunder digunakan untuk memastikan data primernya.

IV. TINJAUAN PUSTAKA

1. Kajian Umum tentang Perbankan

Berkaitan dengan pengertian Bank, pasal 1 butir 2 Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan merumuskan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Fungsi perbankan dapat dilihat dalam ketentuan Pasal 3 Undang-undang Perbankan yang menyatakan bahwa “Fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dana dan penyalur dana masyarakat.”²

² Hermansyah, **Hukum Perbankan Nasional Indonesia**, Kencana, Jakarta, 2005, hlm 20.

Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

2. Kajian Umum Tentang Asuransi

Pasal 246 Kitab undang-undang perniagaan atau *wetboek van koophandel*, yang menentukan bahwa asuransi pada umumnya adalah suatu persetujuan di mana pihak yang menjamin berjanji kepada pihak yang dijamin, untuk menerima sejumlah uang premi sebagai pengganti kerugian, yang mungkin akan diderita oleh yang dijamin, karena akibat dari suatu peristiwa yang belum jelas akan terjadi.³

Menurut Ketentuan Undang-undang No.2 tahun 1992 tertanggal 11 Pebruari 1992 tentang Usaha Perasuransian, yang dimaksud asuransi sebagaimana pasal 1 ayat 1;

Pasal 1 ayat 1

Asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima premi asuransi untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan.

Pada dasarnya perusahaan asuransi dalam kegiatannya, secara terbuka mengadakan penawaran/ menawarkan suatu perlindungan/proteksi serta harapan pada masa yang akan datang kepada individu atau kelompok-kelompok dalam masyarakat atau institusi-institusi lain, atas kemungkinan menderita kerugian lebih lanjut karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak tertentu atau belum pasti.⁴

Asuransi sebagai alat peralihan risiko, artinya ia dapat dipakai sebagai salah satu wahana untuk mengadakan peralihan risiko. Risiko pihak yang satu (tertanggung) dialihkan kepada pihak lain (penanggung). Peralihannya dapat dengan suatu perjanjian. Satu-satunya perjanjian yang memungkinkan hanyalah

³ Wirjono Prodjodikoro, **Hukum Asuransi di Indonesia**, PT Intermasa, Jakarta, 1994, hlm1.

⁴ Sri Rejeki Hartono, **Hukum Asuransi dan Perusahaan Asuransi**, Sinar Grafika, Jakarta, 2008, hlm 6.

perjanjian asuransi atau pertanggungan. Yang dapat berposisi sebagai penanggung adalah perusahaan asuransi sebagai lembaga atau institusi.

Bancassurance merupakan produk kerjasama antara bank dan asuransi yang dapat berupa produk bank dengan menambahkan asuransi maupun produk asuransi yang melibatkan bank. Produk *bancassurance* yang paling banyak dipraktekkan selama ini berupa penggabungan produk tabungan dari bank dengan memberikan tambahan asuransi jiwa dari asuransi. Atau juga dapat terjadi sebaliknya produk asuransi jiwa dari asuransi yang mengaitkan dengan tabungan dari bank yang berfungsi sebagai saran pembayaran preminya. Jadi dalam *bancassurance* ini antara bank dengan asuransi saling dapat bertindak sebagai produsen maupun sebagai agen penjualannya.

Bancassurance dapat digunakan untuk berbagai tujuan investasi, misalnya untuk dana pendidikan, tabungan atau dana hari tua. Produk ini dapat memenuhi kebutuhan untuk menabung, perencanaan keuangan, proteksi sekaligus untuk investasi, kebebasan untuk melakukan penambahan maupun penarikan dana sewaktu-waktu dan perlindungan asuransi tetap berjalan serta pertumbuhan dana investasi dapat dipantau setiap hari. *Bancassurance* merupakan produk investasi dengan potensi hasil yang lebih tinggi, namun dengan risiko investasi yang lebih besar dan hasil investasi tidak dijamin oleh bank.

3. Kajian Umum Tentang Transparansi

Bank Indonesia menerbitkan Peraturan Bank Indonesia No. 7/6/PBI/2005 tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah.

Dalam melakukan transaksi, bank diwajibkan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen, yaitu:

- 1) Nama produk
- 2) Jenis produk
- 3) Manfaat dan risiko produk
- 4) Persyaratan dan tata cara penggunaan produk
- 5) Biaya-biaya yang melekat
- 6) Perhitungan bunga/bagi hasil/margin keuntungan
- 7) Jangka waktu berlakunya produk serta

8) Penerbit produk

Setiap perusahaan harus memastikan bahwa asas GCG (*good corporate governance*) diterapkan pada setiap aspek bisnis dan di semua jajaran perusahaan. Asas GCG yaitu transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi serta kewajaran dan kesetaraan diperlukan untuk mencapai kesinambungan usaha (*sustainability*) perusahaan dengan memperhatikan pemangku kepentingan (*stakeholders*).

V. PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Transparansi Informasi pada Produk *Bancassurance* di BNI *Life*

1.1. Penyampaian Informasi oleh Agen Asuransi BNI *Life* kepada Nasabah tentang Rentang Waktu

Perlu disadari oleh staf bank yang memasarkan produk asuransi yaitu pada dasarnya produk asuransi adalah produk jangka panjang, dan bertujuan memberi proteksi jangka panjang, sedangkan produk bank pada umumnya jangka pendek sehingga konsepnya sangat berbeda dalam mempresentasikan atau menawarkan produknya.⁵ Penjelasan mengenai rentang waktu ini dimuat dalam pasal 5 Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/6/PBI/2005 tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah.

Penjelasan dari salah satu nasabah mengenai penyampaian rentang waktu yang dijelaskan oleh staf *bancassurance* di kantor BNI *Life Insurance* menyebutkan bahwa staf *bancassurance* menjelaskan rentang waktu secara jelas kepada nasabah terhadap produk yang akan dipilihnya. Pada mulanya nasabah dipersilahkan memilih produk *bancassurance* yang akan dipilihnya, kemudian staf tenaga pemasar *bancassurance* di *in-branch sales* menjelaskan rentang waktu produk yang dipilihnya, mulai dari berapa lama nasabah membayar premi, kemudian berapa lama investasi yang akan dimilikinya. Namun kekurangan yang dirasakan nasabah adalah pada saat menjelaskan, staf tenaga pemasar *bancassurance* tidak memberikan informasi secara tertulis lewat brosur yang dapat dibaca secara mandiri oleh nasabah, staf tersebut hanya menjelaskan lewat

⁵ Wawancara dengan Bpk. Heri Halawani (*Assistant Vice President Head of Bancassurance Support*) tanggal 16 Oktober 2013

media elektronik komputer.⁶ Sedangkan pada pasal 5 PBI No 7/6/PBI/2005 diharuskan memuat informasi mengenai rentang waktu secara tertulis.

1.2. Penyampaian Informasi oleh Agen Asuransi BNI *Life* kepada Nasabah secara Transparan.

Transparansi informasi mengenai produk bank sangat diperlukan untuk memberikan kejelasan pada nasabah mengenai berbagai karakteristik yang ada di dalam produk tersebut. Penyampaian informasi secara transparan juga merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan *good governance* pada industri perbankan dan memberdayakan nasabah. Sesuai dengan teori perlindungan konsumen, transparansi juga sangat diperlukan untuk meningkatkan perlindungan terhadap hak-hak pribadi nasabah dalam berhubungan dengan bank. Pada pasal 4 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan hak konsumen diantaranya hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Transparansi kepada nasabah yang dimaksud adalah berupa penyampaian mengenai informasi apa saja yang harus diketahui oleh nasabah mengenai suatu produk *bancassurance*. Informasi yang harus diketahui nasabah pada produk *bancassurance* tidak hanya pada saat nasabah tersebut telah memilih untuk membeli atau mengikuti salah satu produknya. Tetapi penyampaian informasi yang transparan harus secara jelas disampaikan oleh staf *bancassurance* sebelum dilakukannya persetujuan pembelian atau keikutsertaan nasabah atas suatu produk *bancassurance*. Informasi ini dapat memberikan dampak yang signifikan untuk meningkatkan efisiensi dari konsumen dalam memilih produk serta meningkatkan kesetiaannya terhadap produk tertentu, sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan yang memenuhi kebutuhannya.⁷ Dengan demikian, pemenuhan hak ini akan menguntungkan baik konsumen maupun produsen.

⁶ Wawancara dengan Tri Laksono Susilo (*nasabah BNI Life Insurance Jakarta*) tanggal 24 Desember 2013

⁷ James F. Engel, *Consumer Behavior, Fifth Edition, The Dryen Press, New York*, hlm 593.

Penyampaian informasi yang dimaksud harus disampaikan secara transparan sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/6/PBI/2005 tentang Transparansi Informasi Produk dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah meliputi:

- a. Nama Produk Bank
- b. Jenis Produk Bank
- c. Manfaat dan Risiko yang melekat pada produk Bank
- d. Persyaratan dan tata cara penggunaan Produk Bank
- e. Biaya-biaya yang melekat pada Produk Bank
- f. Perhitungan bunga atau bagi hasil dan margin keuntungan
- g. Informasi mengenai jangka waktu
- h. Penerbit Produk Bank

Transparansi dalam menyampaikan informasi kepada nasabah juga diatur dalam perjanjian kerjasama yang disebut dengan Perjanjian Keagenan di PT BNI *Life*. Perjanjian ini mengatur mengenai hak dan kewajiban seorang staf *bancassurance* BNI *Life* dalam melaksanakan aktivitas pekerjaannya di BNI *Life*. Staf *bancassurance* specialist harus memberikan keterangan yang jelas dan benar kepada setiap calon pemegang polis/tertanggung dan pemegang polis/tertanggung BNI *Life* tidak terbatas mengenai Produk BNI *Life* maupun proposal khusus dan ilustrasi manfaat yang dibuat untuk calon pemegang polis/tertanggung yang bersangkutan, memberikan penjelasan tentang proses seleksi risiko (*underwriting*) dalam proses penerbitan polis dan memberikan penjelasan syarat-syarat umum polis, kewajiban pembayaran premi serta dan penyelesaian klaim pada saat penyerahan polis kepada pemegang polis.⁸ Pada saat menjelaskan produk asuransi yang telah dipilih sesuai dengan kebutuhan klien, tenaga pemasar harus menjelaskan secara terperinci dan jelas mengenai produk fitur, manfaat produk bagi klien, persyaratan-persyaratn yang berkaitan dengan produk tersebut.⁹

Penjelasan dari seorang nasabah terhadap penyampaian yang dilakukan staf *bancassurance* menyebutkan tidak mengerti sejauh mana transparansi yang dimaksud. Menurut nasabah, staf *bancassurance* sudah menjelaskan detail produk

⁸ Perjanjian Keagenan PT BNI Life Nomor: Perjanjian keagenan/BASS-BS/Ver.01/1212/BASS 0101, hlm 6.

⁹ Kode Etik Agen Asuransi Jiwa PT BNI *Life Insurance*. hlm xix.

yang akan dibelinya, termasuk manfaat dan risiko di dalamnya. Dari penjelasan staf tenaga pemasar produk, banyak sekali manfaat yang dapat dinikmati dari produk *bancassurance*, terutama jika mengikuti produk itu dari usia yang masih muda. Jika dibandingkan perbincangan mengenai manfaat dan risiko, tenaga pemasar lebih banyak menyampaikan manfaat produk.¹⁰ Tidak disampaikan bahwa adanya segala sesuatu mengenai risiko tertanggung tidak dijamin oleh bank. Nasabah yang masuk ke dalam satu kantor Bank BNI akan berfikir bahwa produk yang akan dipilihnya ini merupakan produk Bank BNI, padahal Bank BNI dan BNI Life merupakan *co-branding*. Disini bank BNI tidak ikut bertanggung jawab atas segala risiko dari produk yang dijual BNI Life.

SE BI No. 12/35/DPNP perihal Penerapan Manajemen Risiko pada Bank yang Melakukan Aktivitas Kerjasama Pemasaran dengan Perusahaan Asuransi menyebutkan transparansi merupakan penerapan perlindungan nasabah. Dalam melakukan *bancassurance*, bank wajib menerapkan prinsip-prinsip transparansi dengan menjelaskan secara lisan dan tertulis kepada nasabah antara lain sebagai berikut:

- a. Asuransi yang dipasarkan bukan merupakan produk dan tanggung jawab bank serta tidak termasuk dalam cakupan program penjaminan sebagaimana dimaksud dalam ketentuan perundang-undangan mengenai lembaga penjamin simpanan, meskipun terdapat logo dan/atau atribut bank dalam brosur atau dokumen pemasaran (*marketing*) lainnya yang digunakan dalam model bisnis kerjasama distribusi dan integrasi produk.
- b. Penggunaan logo dan/ atau atribut bank lainnya dalam brosur atau dokumen pemasaran (*marketing*) lainnya yang digunakan dalam model bisnis kerjasama distribusi dan integrasi produk sebagaimana dimaksud pada angka 1 hanya bertujuan untuk menunjukkan adanya kerjasama antara bank dengan perusahaan asuransi mitra bank.
- c. Karakteristik asuransi mencakup antara lain fitur, risiko, manfaat, biaya-biaya asuransi, persyaratan kepesertaan, dan prosedur klaim oleh nasabah.

¹⁰ Wawancara dengan Tri Laksono Susilo (nasabah BNI *Life Insurance* Jakarta) tanggal 16 Oktober 2013

- d. Bank harus transparan kepada nasabah mengenai biaya-biaya yang harus dibayar, termasuk apabila premi asuransi yang harus dibayar terdapat perhitungan komponen biaya lain seperti biaya provisi, biaya administrasi, dan/atau komisi yang diberikan perusahaan asuransi mitra bank kepada bank dalam rangka *bancassurance*.

Perlunya representasi yang benar terhadap suatu produk, karena salah satu penyebab terjadinya kerugian terhadap konsumen adalah terjadinya misrepresentasi terhadap produk tertentu. Kerugian yang dialami oleh konsumen di Indonesia dalam kaitannya dengan misrepresentasi banyak disebabkan karena tergiur oleh iklan-iklan atau brosur-brosur produk tertentu, sedangkan iklan atau brosur tersebut tidak selamanya memuat informasi yang benar, karena pada umumnya hanya menonjolkan kelebihan produk yang dipromosikan, sebaliknya kelemahan produk tersebut ditutup-tutupi.¹¹

1.3. Penyampaian Informasi oleh Agen Asuransi BNI *Life* kepada Nasabah tentang Risiko

Pelaksanaan penyampaian risiko oleh staf *bancassurance* di BNI *Life* sudah dilakukan kepada nasabah. Akan tetapi, dalam penyampaian risiko ini masih dapat dijumpai kekurangan karena perihal risiko yang dijelaskan biasanya hanya risiko minimal. Penyampaian yang tidak terinci ini dimaksudkan agar nasabah tetap tertarik untuk membeli produk *bancassurance* di BNI *Life*.

Perjanjian Keagenan PT BNI *Life* sebagaimana terlampir menyebutkan kewajiban dari seorang staf *bancassurance* BNI *Life* memberitahukan dan mengungkapkan secara menyeluruh kepada nasabah BNI *Life* setiap fakta dan informasi yang diketahui atau sepanjang pengetahuannya sehubungan dengan penerimaan risiko oleh BNI *Life*. *Bancassurance specialist* bertanggung jawab untuk mengganti kerugian kepada BNI *Life* atas semua kerugian kepada BNI *Life* atas semua kerugian yang timbul akibat kegagalannya untuk memberitahukan dan mengungkapkan fakta dan informasi secara menyeluruh.

¹¹ Ahmadi Miru, **Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia**, Disertasi, Program Pascasarjana Universitas Airlangga, Surabaya, 2000, hlm 142.

Risiko yang terdapat pada produk *bancassurance* merupakan tanggung jawab perusahaan asuransi mitra bank. Potensi risiko yang akan dihadapi nasabah akan berbeda dalam masa penggunaan produk *bancassurance*. Staf *bancassurance* BNI Life harus dapat menyapaikan hal ini secara jelas dan mengarahkan nasabah untuk menjelaskan keadaan yang sebenarnya agar dapat mengetahui potensi risiko yang dapat ditanggung oleh BNI Life dan bagaimana mekanisme premi dan klaimnya bagi pemegang polis.

Nasabah harus memberikan keterangan yang benar dan tidak keliru sebagaimana terkandung dalam pasal 251 KUHD dan sesuai dengan asas itikad baik. Kewajiban pemberitahuan tersebut penting bagi penanggung, mengetahui besar kecilnya risiko yang ditanggungnya yang berhubungan dengan besar kecil risiko yang ditanggungnya yang berhubungan dengan besar kecil premi yang akan ditentukan.¹²

Semakin berkembangnya kegiatan kerjasama pemasaran asuransi dengan bank (*bancassurance*), disadari bahwa kegiatan tersebut selain memberikan manfaat juga berpotensi menimbulkan berbagai risiko, terutama risiko hukum dan risiko reputasi. Risiko Reputasi adalah suatu risiko yang abstrak dan berbentuk *intangible asset* bagi perusahaan. Contoh tanda-tanda reputasi yang telah terkena adalah apabila nama perusahaan yang tercemar telah dimuat di sebuah *headline* surat kabar atau media masa lainnya.¹³ Permasalahan yang timbul akibat *bancassurance* dapat mempengaruhi reputasi yang buruk bagi Bank maupun Perusahaan Asuransi yang menerbitkan produk *bancassurance*.

1.4. Penyampaian Informasi oleh Agen Asuransi BNI Life kepada Nasabah tentang Fleksibilitas dan Pilihan yang dapat Diberikan

Perusahaan asuransi mengharuskan tenaga pemasar untuk mengutamakan kepentingan klien dengan menjual berdasarkan kebutuhan klien. Pada saat wawancara pertama dengan calon klien, tenaga pemasar perlu meluangkan cukup

¹² Man Suparman dan Endang, **Hukum Asuransi**, PT Alumni, Bandung, 2004, hlm 30.

¹³ Edratna, 2011, **Menjaga Agar Tidak Muncul Risiko Reputasi** (*online*), <http://edratna.wordpress.com/2011/03/27/menjaga-agar-tidak-muncul-risiko-reputasi/> (1 Maret 2014)

waktu untuk membicarakan konsep asuransi ataupun perencanaan keuangan dan melakukan analisa kebutuhan. Kode Etik Agen Asuransi Jiwa *BNI Life* mengatur mengenai prinsip “kenali nasabah” di *BNI Life* menuntut tenaga pemasar untuk menilai tingkat ketertarikan klien tenaga pemasar terhadap informasi yang diberikan yang berhubungan dengan kebutuhan asuransi atau tabungan dari klien. Pilihan produk yang dipilih oleh nasabah tidak boleh terdapat unsur paksaan dari staf *bancassurance*, nasabah atau calon pemegang polis menentukan sendiri produk mana yang akan dibelinya.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan Transparansi Informasi pada Produk *Bancassurance* di *BNI Life*

2.1. Faktor Penghambat *Bancassurance* di *BNI Life Insurance*

2.1.1. Kurangnya pemahaman informasi yang diterima calon pemegang polis karena keterbatasan media pemasaran *bancassurance*.

Di beberapa tempat *in-branch sales* *BNI Life* di Bank BNI tidak memiliki ketersediaan brosur untuk dibaca oleh nasabah. Staf hanya menjelaskan dengan ilustrasi di komputer. Mengingat tidak semua masyarakat Indonesia dapat memahami dengan cepat penjelasan dari media elektronik, hal ini dapat membawa dampak salah tafsir terhadap produk *bancassurance* *BNI Life*.

2.1.2. Data-data dalam aplikasi atau SPA (Surat Permintaan Asuransi) terkadang tidak sesuai dengan keadaan bertanggung sebenarnya, yang dapat menyebabkan klaim ditolak oleh perusahaan asuransi atau batalnya pertanggungan.

Motif kebohongan dari nasabah ini agar premi yang dibayarkan tidak tinggi, karena jika calon pemegang polis sudah mempunyai riwayat sakit maka premi yang harus dibayarkannya juga lebih tinggi dari nasabah yang dalam keadaan sehat. Suatu ketika saat akan mengajukan klaim karena penyakitnya, kemudian dilakukan *resume* medik dan terbukti bahwa pemegang polis melakukan ketidakjujuran saat pengisian SPAJ. Hal tersebut membawa akibat klaim yang diajukan oleh pemegang polis tidak dapat dikeluarkan oleh perusahaan

Asuransi karena mengandung unsur kebohongan. Faktor ini juga termasuk melanggar asas *utmost good faith*.¹⁴

2.2. Faktor Pendukung *Bancassurance* di *BNI Life Insurance*

2.2.1. Agen Asuransi *BNI Life Insurance*

Agen asuransi yang mengenal, melayani dan menguasai portofolio nasabah. Demikian dominannya posisi agen asuransi, dapat menentukan citra industri asuransi di mata masyarakat. Oleh karena itu diperlukan suatu kode etik keagenan asuransi agar profesional.

2.2.2. Pengawasan yang tepat

Agar perjanjian asuransi berjalan sebagaimana yang diharapkan, peraturan yang memadai menjadi salah satu keberhasilan berkembangnya pelaksanaan *bancassurance*.

2.2.3. Sistem Distribusi¹⁵

2.2.3.1. Distribusi Integrasi adalah distribusi produk melalui saluran bank yang sudah ada. Bank bukan hanya menawarkan jasa tabungan, deposito atau pinjaman, tetapi juga produk asuransi, dan jasa keuangan lainnya.

2.2.3.2. Distribusi Khusus (*specialist*). Di sini perusahaan asuransi menempatkan staf atau perwakilannya di bank untuk menawarkan produk kepada nasabah bank. Staf bank atau bagian CS membuat prospek awal, namun proses selanjutnya ditangani oleh profesional asuransi.

2.2.3.3. Distribusi melalui perencana keuangan atau FP (*financial planner*). FP menawarkan kepada masing-masing pelanggan atau prospek, suatu paket perencanaan keuangan lengkap yang dapat memenuhi kebutuhan keuangan perorangan, toleransi

¹⁴ Wawancara dengan Bpk. Syahrir Al Rasyid (*Assistant Manager Telesales Business Conservation*) tanggal 15 November 2013

¹⁵ Wawancara dengan Bpk. Heri Halawani (*Assistant Vice President Head of Bancassurance Support*) tanggal 15 November 2013

risiko dan penempatan perencanaan keuangan untuk seluruh hidupnya.

2.2.4. Produk dan jasa perbankan yang dibeli nasabah dapat memberi perlindungan atas jiwa dan nasabah merasakan adanya kepastian atas produk yang dibelinya, karena tempat membelinya jelas dan setiap permasalahannya yang akan dirasakan memiliki tempat pengaduan yang jelas pula.

VI. PENUTUP

1. Kesimpulan

1.1. Pelaksanaan Transparansi produk *bancassurance* di *BNI Life Insurance* Jakarta belum sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 6/7/PBI/2005 tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah khususnya pada pasal 4 dan 5. Transparansi informasi mengenai produk bank sangat diperlukan untuk memberikan kejelasan pada nasabah mengenai berbagai karakteristik yang ada di dalam produk tersebut. Informasi yang belum disampaikan secara transparan kepada nasabah mencakup manfaat dan fitur yang ditawarkan, serta risiko dari produk *bancassurance* di *BNI Life*. Masalah yang ditemui di lapangan adalah kurangnya ketersediaan informasi secara tertulis oleh *BNI Life* untuk dipahami nasabah. Sebagian besar nasabah mencari informasi lewat brosur, sedangkan informasi mengenai *bancassurance* ini banyak ditemui lewat media elektronik *website*.

1.2. Penghambat dalam pelaksanaan *bancassurance* di *BNI Life* diantaranya kurangnya pemahaman informasi yang diterima nasabah, adanya unsure penipuan dalam pengisian data SPA (Surat Permintaan Asuransi), ketidakjujuran dari agen asuransi, permasalahan pembayaran klaim dan pelanggaran atas prinsip *utmost good faith*. Sedangkan faktor yang menjadi pendukung pelaksanaan *bancassurance* di *BNI Life Insurance* Jakarta diantaranya agen asuransi yang cermat dalam menjual produk dan melayani kebutuhan nasabah, sistem distribusi, strategi memnfaatkan nama baik perusahaan, dan memberikan keuntungan bagi banyak pihak khususnya nasabah, bank dan perusahaan asuransi itu sendiri.

2. Saran

2.1. Perusahaan Asuransi

Supaya lebih mensosialisasikan produk *bancassurance* yang berbeda atau terpisah dengan produk Bank agar masyarakat dapat memahami produk *bancassurance* meskipun bukan nasabah dari bank itu. Perusahaan Asuransi dapat memberikan pelatihan kepada tenaga pemasar untuk lebih detail dan jelas dalam menyampaikan dan memasarkan setiap produknya kepada nasabah.

2.2. Bank

Bank dapat membantu jalannya *bancassurance* dengan melakukan pengawasan terhadap tenaga pemasar *bancassurance* mengingat lokasi penjualan *bancassurance* (*in-branch sales*) terletak di dalam kantor Bank BNI.

2.3. Bank Indonesia

Diciptakan regulasi khusus yang mengatur pemasaran produk-produk asuransi, sehingga produk asuransi tersebut dapat mudah dipahami oleh masyarakat Indonesia.

2.4. Nasabah

Lebih proaktif terhadap produk *bancassurance* yang akan dipilihnya, nasabah harus memperhatikan penjelasan informasi terkait mengenai produknya oleh staf tenaga pemasar *bancassurance* agar tidak terjadi kesalahpahaman mengenai manfaat dan risiko produknya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Ahmadi Miru, **Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia**, Disertasi, Program Pascasarjana Universitas Airlangga, Surabaya, 2000.

Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, **Hukum Perlindungan Konsumen**, Rajawali Press, Jakarta.

Bank Indonesia, **Arsitektur Perbankan Indonesia**, Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan Bank Indonesia, Jakarta, 2006.

BNI Life, **Laporan Keuangan PT BNI Life**, Jakarta, 2011

Edy Putra Tje' Aman, **Kredit Perbankan Suatu Tinjauan Yuridis**, Liberty Yogyakarta, Yogyakarta, 1986.

Emmy Pangaribuan Simanjuntak, **Hukum Pertanggungan dan Perkembangan (BPHN)**, 1980.

Gunanto, **Asuransi Kebakaran di Indonesia**, Tirta Pustaka, Jakarta, 1984.

Hansell, ***Elements of Insurance***. (Great Britain: Mocdonald & Evans Ltd, Third edition), 1979.

Hermansyah, **Hukum Perbankan Nasional Indonesia**, Kencana, Jakarta, 2005.

Hondius, Konsumentenrecht, ***Praeadvis in Nederlanse Vereniging voor Rechtsverlijking, Kluwer-Deventer***, 1972.

James F. Engel, ***Consumer Behavior***, Fifth Edition, The Dryen Press, New York.

Ketut Sendra, ***Bancassurance***, PPM, Jakarta, 2007.

Man Suparman dan Endang, **Hukum Asuransi**, PT Alumni, Bandung, 2004.

Peter Mahmud, **Penelitian Hukum**, Kencana; Jakarta, 2010.

Rachmadi Usman, **Penyelesaian Pengaduan Nasabah dan Mediasi Perbankan**, CV Mandar Maju, Bandung, 2011.

Robert L Mehr and Emerson Cammack, 1980, ***Principles of Insurance***, 1980.

Robert Riegel, ***Insurance Principles Practices Property and Liability*** (Englewood Cliffs, New Jersey Prentice Hall, Inc), 1976.

Sri Rejeki Hartono, **Hukum Asuransi dan Perusahaan Asuransi**, Sinar Grafika, Jakarta, 2008.

Wirjono Prodjodikoro, **Hukum Asuransi di Indonesia**, PT Intermasa, Jakarta, 1994.

JURNAL

Anastasia Grace Simanjuntak, **Aspek Hukum Penerapan Manajemen Risiko Oleh Bank Dalam Rangka *Bancassurance* di Indonesia**, Skripsi tidak diterbitkan, Jakarta, Skripsi. Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2012.

Anggita Migitasari, **Laporan Penelitian tentang Upaya Bank Penjamin Jika Terjamin Wanprestasi dalam Perjanjian Bank Garansi**, Skripsi tidak diterbitkan, Malang, Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, 2012.

Zulkarnain Sitompul, **Menyambut Kehadiran Otoritas Jasa Keuangan**, 2004.

DOKUMEN

Keputusan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan Nomor 103/Pdt.G/1997/PN.Jak-Sel

Kode Etik Agen Asuransi Jiwa PT BNI Life Insurance.

Perjanjian Keagenan PT BNI Life Nomor: Perjanjian keagenan/BASS-BS/Ver.01/1212/BASS 0101.

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Kitab Undang-undang Hukum Dagang

Undang-undang No.2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian

Undang-undang No.10 Tahun 1998 tentang Perbankan

KMK Nomor: 426/KMK.06/2003 tentang Perizinan Usaha dan Kelembagaan Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi

SE BI No. 6/43/DPNP tanggal 7 Oktober 2004 perihal Penerapan Manajemen Risiko pada bank yang Melakukan Kerjasama Pemasaran dengan Perusahaan Asuransi (*Bancassurance*).

Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/6/PBI/2005 tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah.

Surat Edaran 12/35/DPNP tanggal 23 Desember 2010 tentang Penerapan Manajemen Risiko pada Bank yang Melakukan Aktivitas Kerjasama Pemasaran dengan Perusahaan Asuransi (*Bancassurance*).

INTERNET

Bank Indonesia, **Mengenal *Bancassurance* di Indonesia**. (online), www.bi.go.id diakses 9 September 2013

Edy Utomo, 23 November 2013, **Cara Memilih Produk Asuransi Unit Link**, dimuat dalam <http://ekonomi.kompasiana.com/moneter/2013/11/28/cara-memilih-produk-asuransi-unit-link-614814.html> diakses tanggal 19 Desember 2013 pukul 19.06 WIB

Muliaman D. Hadad, 2006, **Perlindungan dan Pemberdayaan Nasabah Bank dalam Arsitektur Perbankan Indonesia**, dalam <http://www.bi.go.id> diakses tanggal 13 September 2013

Ricardo Simanjuntak, 2004, **Tinjauan Hukum *Bancassurance* di Indonesia** (online), <http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol9446/tinjauan-hukum-ibancassurance-di> diakses 10 September 2013.